

## КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТ ОЦІНКИ

**Попова І.П., гр. Ем-46**

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Жарко І.В.**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Сучасні умови розвитку виробництва та сфери послуг визначають жорсткість конкурентної боротьби, у рамках якої провідного значення набуває конкурентоздатність. Тому важливим кроком є вибір найбільш точного та об'єктивного інструмента управління підприємством, одним із яких є оцінка конкурентного потенціалу підприємства.

Проблемами дослідження потенціалу присвячені роботи О.І. Анчишкіна, В.М. Архипова, К.Г. Воблій, Н.Т. Ігнатенко, Н.С. Краснокутської, В.С. Немчинова, О.І. Олексюк, І.П. Отенко, І.М. Репіною, В.П. Руденко, В.С. Пономаренко та ін. Однак інформація, що існує з цього приводу, частіше за все має протирічний характер, тому додаткового обґрунтування потребує не тільки визначення сутності, структури, а й механізму формування та оцінки потенціалу підприємства, зокрема конкурентного потенціалу підприємства.

Термін «потенціал» у широкому розумінні трактують як можливість, наявні сили, запаси, засоби, які можуть бути використані, або як рівень потужності, сукупність засобів, необхідних для чогонебудь. Можна зробити висновок, що практично всі визначення тією чи іншою мірою спираються на ресурси підприємства, з одного боку, та досягнення за їхньою допомогою поставлених цілей, з іншої.

Не применшуючи значення ресурсів, як базису у формуванні потенціалу підприємства, відзначимо, що сама собою їхня наявність не є гарантом досягнення будь-яких цілей. Другою, не менш важливою складовою потенціалу виступають здібності підприємства мобілізувати ресурси при здійсненні комплексу дій (бізнес-процесів).

Тобто сьогодні стає зрозумілим, що джерела конкурентних переваг підприємств лежать не тільки в області їх речовинних (відчутних) ресурсів, оскільки успішне функціонування на ринку в наш час означає, що якість ресурсів перебуває на досить високому рівні, а в деякій іншій сфері. Ця сфера пов'язана із внутрішніми ресурсами самого підприємства, які використовуються недостатньо або взагалі не використовуються. Таким чином, пошук конкурентної переваги за широкою доступністю ринків матеріальних ресурсів зводиться до володіння інформацією та знаннями.